المحاضرة المباشرة الأولى

من صقر يوسف

طبعاً دخلت قبل ٨ وماشفت الدكتور الا: 

8:15

تكلم عن السوق الألكتروني وعناصر السوق

الفرق بين الأسواق التقليدية والرقمية ، وقال احتمال يجي سؤال واحد وسهل

الوسطاء الألكترونيون

المحاضرة الثالثة

تكلم عن نموذج الأعمال الألكترونية وبيجي سؤال منها

نموذج للبنية التحتية للأعمال الإلكترونية ((الفصل الرابع((
جدول ((الطبقة - البرامج والأجهزة والشبكات((
الواي ماكس والواي فاي ((مهم((
تكلم عن العمود الفقري للشبكات والألياف الضوئية
المزايا والعيوب الحوسبة السحابية

أسئلة مراجعة:

-1يمكنها مد المناطق النائية بالأنترنت
الأقمار الصناعية

-2هي من عمليات الألكترونية التي تركز على العميل
الجهود الترويجية والتسويقية

-3من الموارد الفكرية التي يتطلبها إنتاج القيمة المقترحة

مصممي المنتج

-4من أهم خصائص السوق الألكتروني

الإنتاج مخصص حسب رغبات الزبون

-5من أهم المزايا الحوسبة

تحقق العدالة بين المستهلكين

-6من أهم خصائص البرمجيات مفتوحة المصدر

توفر التكاليف -c2c- تزيد دور المجتمع في الابتكار

-7شبكة السيارات اللاسلكية

سوف توفر وسيلة اتصالات صديقة للبيئة

حذف شريحة المقارنة بالشبكات في المحاضرة الرابعة

موضوع الكوكيز مهم وبيجي منه في الامتحان

من ميووووش

اهم ماذكر الدكتور تقريبا ولابد من سماع التسجيل

***شرح اشكال الاعمال الالكترونيه**

الرموز واختصارات البروتكولات مطالبين فيها

مصطلحات انقلش غير مطالبين فيها بس اسماء البروتكولات مطالبين فيها

الاختصارات مهمه مثل B2B وB2C

***وشرح فوائد المحتمله للاعمال الالكترونيه**

***السوق الالكتروني مهم**

***المقارنه بين السوق الالكتروني والسوق التقليدي مهمه**

***عناصر السوق مهمه**

***الفرق بين الأسواق التقليدية والأسواق الرقمية مهمه**

***تقريبا كل الشرائح اللي نزلها بالمباشره قال عنها مهمه**


المباشره الاولى لادارة الاعمال الالكترونيه

راجع الاربع محاضرات الاولى
*تكلم عن الاعمال الالكترونيه و اشكال الاعمال الالكترونيه
*مطالبين بالرموز واختصاراتها والبروتوكولات
*غير مطالبين بالمصطلحات الانقلش
*تكلم عن الفوائد المحتمله للاعمال الالكترونيه
*السوق الالكتروني وعناصر السوق قال مهمه
*الاسوق التقليدي والاسوق الرقميه المقارنه بينهم مهمه
mayosh2
*نماذج الاعمال قال بيجي منها سوالين او ثلاثه بالاختبار
*اهم نماذج الاعمال الالكترونيه
*البنية الشبكية للاعمال الالكترونية
*ويوجد اسئله للمراجعه

المحاضرة المباشرة الثانية :

الاختبار يأتي من المادة كاملة وليس من المحاضرات المباشرة فقط.

المحاضرة الخامسة

بيئة الأعمال الالكترونية : حتى تكون ناجحة لابد من توفر البيئة الصالح للنجاح، إزالة عوائق النجاح،

العلماء وصفوا بيئة الأعمال الاللكترونية بعناصر المختلفة باختصار SLEPT

يجب حفظ مصطلحات كلمة SLEPT ... معنى كل مصطلح.

العوامل الاجتماعية : تشمل تصورات المستهلك فيما يخص الانترنت / نسبة مشترك الانترنت في المجتمع / فائدة الانترنت للأفراد والشركات / عوامل تبني الانترنت من الأفراد والشركات.

العوامل القانونية والأخلاقية : الجرائم الالكترونية / فض المنازعات / حماية انتهاك خصوصية الأفراد / تبادل الإعلانات الالكترونية / حماية حقوق الملكية الفكرية.

العوامل الاقتصادية : سعر الفائدة / الأداء الاقتصادي للمناطق الجغرافية / قوة الاقتصاد / معدل التخضم / قوة العمل / متوسط العمل.

العوامل السياسية : تركز على الدعم الحكومي للأعمال الالكترونية / المنظمات المحلية والدولية.

العوامل التكنولوجية : تلخص التقدم الالكترونية أو الطفرات الالكترونية / وسائل التواصل الاجماعي له أهمية في التسويق الالكتروني.

المحاضرة السادسة : الاستراتيجية على مستوى الشركة ومستوى النشاط (القطاع) ومستوى الأقسام.

كل قسم لابد أن تكون له استراتيجية تتوافق مع استراتيجة ورسالة وقيم الشركة الأم

(مراحل التخطيط)

التحليل الاستراتيجي : لابد أن يكون هناك تحليل استراتيجي، ممكن نستخدم تحليل (SLEPT) **لمعرفة الوضع الحالي**

تحليل سووت وهو تحليل يختص بأماكن الضعف والقوة والمخاطر والفرص.

وكذلك نستخدم تحليل (ستيج) أو تحليل المنافسة.

مرحلة تحديد الأهداف :

عن طريق وضع رؤية ورسالة وقيم المنظمة.

وبناءً على ذلك نستطيع تحديد الأهداف التي يجب أن تكون سمارت.

مصطلحات كلمة سمارت بالانجليزي مطلوبة.

مرحلة الاختيار الاستراتيجي :

نقوم باختيار الأداة (أو الوسيلة) (نحدد الوسائل أو الأدوات التي تحقق الأهداف)

هناك خيارات لاختيار الأهداف منها :

تقليل التكاليف (لدينا خيارات لتقليل التكاليف).

زيادة الأرباح (لدينا خيارات لزيادة الأرباح).

توسيع الشريحة السوقية أو المستهدفة (لدينا خيارات لتوسيع الشريحة).

يتم تقييم الخيارات واختيار الأفضل.

مرحلة التنفيذ :

مرحلة التحكم (أو المراقبة) [[ممكن يأتي التحكم أو المراقبة]].

أهم ٣ استراتيجيات :

١- (قيادة التكلفة : أقل الأسعار / إنتاج منتجات نمطية / الاستغناء عن الوسطاء / استعمال عمالة رخيصة / أتمتة الأعمال (مثل التعليم عن بعد ، حيث يتم تخفيض التكليف عن الطالب بسبب عدم وجود تكاليف مواصلات وعدم وجود قاعات....) / شراء المواد الخام الكترونيا / مراقبة النفقات / تقليل تكلفة المعاملات).

٢- (التنويع أو التمييز : تنويع أو تمييز المنتجات بعضها عن بعض عن طريق السعر أو الجودة أو المواصفات مثل السيارات أو الحاسبات أو الجوالات)

٣- (التركيز على سوق معين أو شريحة معينة أو منطقة جغرافية معينة).

استراتيجية المبادر الأول : نحتاجها لأن الموارد محدودة (الوقت والمال والموارد العينية محدودة) فينبغي استغلالها الاستغلال الأمثل، بحيث يتم تحديد المخاطر والموارد. يتم البحث عن الفرص للاستفادة منها، والمخاطر لتجنبها.

عند استخدام مورد من الصعب إعادة تدويره مرة أخرى / ندرة المعلومات عن المنافسين.

إذا لم يوجد للمنظمة استراتيجية يؤدي إلى : ضياع فرصة / انحراف عن الأهداف أو البوصلة / عدم الاستفادة من الموارد المتاحة لا سيما تقنية المعلومات / ضياع موارد كثيرة والفشل في تبادل الخبرات والممارسات.

أسباب فشل الاستراتيجيات

١- عدم الالتزام بالمواعيد.

٢- عدم تمليك الاستراتيجة للأفراد يجب أن يشارك الأفراد في تحديد المخاطر / التحليل الاستراتيجي / وضع الأهداف / صياغة الاستراتيجة.

٣- مقاومة التغيير : الاعمال الالكترونية تحتاج إلى تغيير وتدريب وتغيير العادات والتقاليد وطريقة تدفق العمل والصلاحيات.

٤- عدم وجود مرونة أو ابتكار وقلة الخبرة وعدم تمكين الموظفين وعدم دعم القيادة.

المحاضرة السابعة :

إدارة العلاقة مع العملاء : هناك مشكلة أن العملاء تغادر المنتج أو الشركة بسبب مشكلة في المنظمة أو المنتج أو سوء في خدمة العملاء أو بسبب المنافسة (أهم سبب هو سوء خدمة العملاء).

لو كان لدينا خطة للعملاء فلابد أن يكون الهدف جلب مزيد من العملاء، المحافظة على العملاء الحاليين (عروض / علاقة شخصية...) ، توسيع شريحة العملاء.

مراحل الخطة

جمع بيانات عن الزبائن / تصنفهم / دراسة احتياجاتهم وأذواقهم ومواصفاتهم ... الهدف : هو جلب مزيد من الزبائن ، المحافظة على الزبائن الحاليين، زيادة المبيعات للزبائن.

من فوائدها :

تقليل تكلفة التسويق : لأن تكلفة المحافظة على العميل (عن طريق الخصم أو عرض أو أي طريقة أخرى) أقل من تكلفة جذب عميل جديد.

من أدوات جمع البيانات : الكوكيز وهو برنامج صغير عندما تزور موقع يقوم بجمع بيانات عن المواقع التي تم زيارتها، تخزين اليوزر وكلمة المرو.

وسائل التواصل الاجتماعي / أدوات التجسس (قوقل يبيع بيانات للشركات للدعاية والإعلان).

النموذج العام لتحديد المتغيرات التي تؤثر على قرار الشراء.

هناك عوامل اجتماعية.

ديموغرافية (السكان مثل : ثقافة المجتمع، حيث أن هناك مجتمعات تحب الشراء ومجتمعات تحب الادخار (اليابانيين).

الحالة الاجتماعية : أعزب / متزوج (المتزوجون يميلون للشراء أكثر من غيرهم.

الحالة النفسية : ناس تشتري وهي زعلانة، وناس تشتري وهي فرحانة.

هذه متغيرات تؤثر على قرار الشراء.

هناك متغيرات فاصلة مثل :

قوة العلامة التجارية / قدرة الشركة / قدرة فريق التسويق / الدعايات.

هناك متغير تابعة مثل :

سلوك الزبائن في المحل : سلوك البائع قد يكون محفزاً للشراء.

التسويق الالكتروني : هدفه تعزيز الولاء للعلامة التجارية / اكتساب زبائن جدد / الحفاظ على الزبائن الحاليين / زيادة المبيعات للزبائن الحاليين.

عن طريق التسويق : يتم الحصول على المعلومات بغرض عملية التخطيط والتصنيع (معرفة الزبائن ماذا يريدون / معرفة المنتج الذي يباع والذي لا يباع)

استخدام المعلومات للتسعير والترويج وتطوير المنتج وتقليل التكاليف وإشراك الزبون في التسويق (عمل إعجاب في التواصل الاجتماعي).

حتى يكون لدينا خطة تسويقية ناجحة لابد من وجود مزيج تسويقي

هناك مزيجين تسويقيين :

التقليدي أو القديم : يتكون من ٤ أنواع (المنتج / التسعير / الترويج / المكان).

دراسة المنتج (بدائل المنتج) السلع المكملة للمنتج / جودة المنتج / سعر المنتج

الترويج : هل الطرق الكترونية أم تقليدية

المكان : الذي نبيع فيه السلعة (القناة لتوصيل السلعة للزبون)

هناك مزيج آخر يتكون من ٤ أنواع.

استراتيجية التسويق (سوستك)

المصطلحات في (سوستك) مطلوب.

الأدوات = الأساليب (نفس المعنى في الاختبار).

المقارنة بين التسويق التقليدي والتسويق الالكتروني مهم من حيث التكلفة والوقت وعدد الزبائن والتفاعل مع الزبائن..

تعريف استراتيجية الأعمال وتعريف الاستراتيجية الالكترونية.

المحاضرة ١٤ القديمة مطلوبة

أسئلة المراجعة (تعتبر نماذج فقط)

إيميل الدكتور : dr.abdelaal.eb@gmail.com

جوال الدكتور : 0563386383

الصورة اقتباساً من ميووش


المباشره الثانيه لادارة الاعمال الالكترونيه
* راجع المحاضرات 5و6و7و8

قال الاختبار بيكون من المحاضرات كلها ولايقتصر علي المحاضرات المباشره واسئله المراجعه
*شرح نموذج slept لوصف بيئه الاعمال الالكترونيه
*مستويات الاستراتيجيه والعلاقه بينها
*مراحل التخطيط الاستراتيجي
*الاستراتيجيات العامه،قيادة التكلفة ، التنويع او التمييز ، التركيز
*اهمية الاستراتيجيه ،عواقب عدم وجود استراتيجيه ،،اسباب فشل استراتيجيه
*ادارة العلاقه مع العملاء
*النموذج العام لسلوك المستهلك
*التسويق الالكتروني
*استراتيجية التسويق سوستاك
*مقارنه بين التسويق الالكتروني بالتقليدي
جميع التعريفات مهمه ،استراتيجية الاعمال، سلسلة التوريد ،،والنماذج الاعمال
(مصاوت وسيلت وسوستاك والنماذج)هذي تاخذها بالمصطلحات الانقليزيه احتمال تجي
*اسئلة مراجعه

mayosh2

المحاضرة المباشرة الثالثة

الصورة اقتباساً من ميووش



المحاضرة المباشرة الرابعة

جداً عادية، ذكر بعض الأسئلة، وأجاب عن أسئلة الطلاب التالية :

س: هو أحد البرامج مفتوحة المصدر

أ) أفاست

س: من أمثلة قنوات التوزيع

المباشرة

أ) فريق عمل مبيعات تابع للمنشأة

س: ند تحديد قنوات التوزيع

في نموذج الأعمال يجب الإجابة

على السؤال؟

ج)كيف نصل للعملاء

س: عمل شبكة واي فاي إلى جانب

شبكة الانترنت الأرضي تضمن؟

ج)الوصول للبيانات

النسخ الاحتياطي

س: من أهم عيوب الحوسبة

السحابية أنها.

ج) تحتاج إلى أنترنت سريع

س : من أهم مزايا البرامج المجانية أنها

أ) تعتبر منافس للبرامج المرخصة

س: تصنف شركة ebay على أنها ضمن أعمال؟

المزادات الالكترونية

إيميل الدكتور

dr.abdelaal.eb@gmail.com